

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH SALES PROMOSI DAN PUBLISITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
DEALER HONDA DAYA
MOTOR GORONTALO

Oleh
MAHMUD S PANUA
NIM. 931413211

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Hari/Tanggal : Jumat, 27 Juli 2018

Waktu : 14.00-15.00

Penguji

1. **IRWAN YANTU, S.Pd., M.Si**
NIP. 197310202003121001
2. **ZULFIA K ABDUSSAMAD, S.E., M.Si**
NIP. 197909252005012001
3. **RIZAN MACHMUD, S.Kom, M.Si**
NIP. 198307162009121006
4. **ANDI JUANNA, S.Pd., M.Sc**
NIP. 198411262010121004



Mengetahui:
Dekan Fakultas Ekonomi



IMRAN ROSMAN HAMBALI, S.Pd., SE., MSA
NIP.197008231999031005

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH SALES PROMOSI DAN PUBLISITAS TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI DEALER HONDA DAYA
MOTOR GORONTALO**

Studi Kasus Pada Dealer Honda Daya Motor Gorontalo

SKRIPSI

OLEH

MAHMUD S. PANUA

NIM : 931 413 211

TELAH DIPERIKSA DAN DISETUJUI UNTUK DIUJI

PEMBIMBING I



RIZAN MACHMUD, S.Kom., MSi
NIP. 19830716 200919 1 006

PEMBIMBING II



ANDI JUANNA, S.Pd., M.Sc
NIP. 19841126 201012 1 004

**MENGETAHUI
KETUA JURUSAN**



HAIS DAMA, SE., M.Si
NIP. 19730305 200212 1 003

ABSTRAK

Mahmud S. Panua, Nim: 931413211, Pengaruh *Sales Promosi Dan Publisitas Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Dealer Honda Daya Motor Gorontalo*. Skripsi, Program Studi Sarjana Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo. Pembimbing I Bapak rizan Machmud, S.Kom., M.Si dan Pembimbing II Bapak Andi Juanna, S.Pd., M.Sc

Honda Daya Motor Gorontalo harus mampu dan meningkatkan promosi penjualan serta publisitas yang baik kepada konsumen sehingga konsumen mendapatkan kepuasan dan merujuk pada keputusan pembelian pada Dealer Honda Daya Motor Gorontalo. Tujuan yang dicapai dalam penelitian ini untuk menganalisis pengaruh Sales Promosi dan Publisitas terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Dealer Honda Daya Motor Gorontalo.

Desain penelitian ini berupa desain penelitian kuantitatif. populasi adalah seluruh konsumen yang peneliti ambil dari data penjualan yang di lakukan Honda Daya Motor Gorontalo selama 6 bulan terakhir yang berjumlah 428 penjualan dan konsumen. Jumlah sampel 65 orang. Teknik pengambilan sampling yang digunakan merujuk pada teori *Arikunto 2008*.

Metode penganalisis data menggunakan perhitungan statistic dan program SPSS untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan apakah dapat diterima atau ditolak Berdasarkan kajian teoritik dan hasil analisis data, maka dapat disimpulkan bahwa sales promosi dan publisitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Dealer Honda Daya Motor Gorontalo. Hasil koefisien regresi menunjukkan bahwa hipotesis penelitian terbukti dan diterima (H_0 ditolak dan H_a diterima), dengan kontribusi variabel sales promosi dan publisitas untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen sebesar 49,9%, dan sisanya sebesar 51,1% memungkinkan untuk dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci: Sales Promosi, Publisitas, Keputusan Pembelian.

Abstract

Mahmud S. Panua, Nim: 931413211, The Influence of Sales Promotion and Publicity on Consumer Purchasing Decision at Dealer of Honda Daya Motor Gorontalo. Skripsi, Bachelor Study Program of Management, Department of Management, Faculty of Economics, State University of Gorontalo. The principal supervisor is Rizan Machmud, S.Kom., M.Si, and the co-supervisor is Andi Juanna, S.Pd., M.Sc.

Honda Daya Motor Gorontalo should be able to increase sale promotion and good publicity to consumers to gain satisfaction and refer to purchasing decision at Dealer of Honda Daya Motor Gorontalo. The purpose of this research is to analyze the influence of Sales Promotion and Publicity on the Consumer Purchasing decision at Dealer of Honda Daya Motor Gorontalo.

The design of this research is quantitative. The population is all consumers taken from sales data of Honda Daya Motor Gorontalo in the last 6 months amounted to 428 sales and consumers. The sample is 65 people. The sampling technique is referred to Arikunto 2008 theory.

The method of the data analysis is using statistical calculation and SPSS program to verify the hypothesis that has been determined whether acceptable or not based on theoretical studies and the result of data analysis, it can be concluded that sales promotion and publicity has a significant influence on the consumer purchasing decision at Dealer of Honda Daya Motor Gorontalo. The result of coefficient regression showed that research hypothesis is proven and accepted (H_0 rejected and H_a accepted), with the variable contribution of sales promotion and publicity in effecting the consumers purchasing decision is 49,9% and the rest 51,1% were probably be affected by other variables which are not being examined.

Keywords: Sales Promotion, Publicity, Purchase Decision